

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Geografi, Pariwisata, dan Geografi Pariwisata

a. Pengertian Geografi

Masyarakat perlu memahami tinjauan disiplin ilmu untuk meningkatkan pemahamannya, pemahaman yang dimaksud tidak hanya untuk mengetahui suatu gejala atau peristiwa di dalam lingkungan masyarakat tetapi mampu menganalisis bagaimana suatu gejala atau fenomena dapat terjadi sehingga mampu mengambil pemecahan masalah terhadap permasalahan terhadap suatu gejala tersebut, salah satunya adalah ilmu geografi.

Geografi menurut Bintarto adalah ilmu yang mempelajari hubungan kausal gejala dan peristiwa di permukaan bumi baik fisik maupun sosial yang menyangkut makhluk hidup beserta permasalahannya melalui pendekatan keruangan, ekologi, dan regional untuk kepentingan program, proses dan keberhasilan pembangunan (Sujali, 1989:4). Geografi menurut Hartshorne Geografi merupakan studi tentang diferensiasi areal fenomena yang bertautan di muka bumi dalam arti pentingnya bagi manusia. Geografi adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang muka bumi, penduduk, dan hubungan timbal balik antara keduanya. Permukaan bumi dalam pengertian diatas dapat diartikan sebagai daratan, air atau perairan,

dan lapisan-lapisan udara. Juga dapat didefinisikan sebagai tempat berlangsungnya kehidupan makhluk hidup (Sasoeng et al., 2018: 2).

Geografi disimpulkan dari pengertian diatas yaitu tidak hanya terbatas sebagai suatu deskripsi mengenai permukaan bumi saja, melainkan juga mengkaji dan menganalisis hubungan antara faktor atau aspek lingkungan, wilayah serta hakekat umat manusia.

b. Konsep Geografi

Konsep geografi menurut Sumadmadja (Yani et al., 2007: 3) adalah pola abstrak yang berkenaan dengan gejala-gejala kongkret tentang geografi. Konsep geografi mendasari kajian berbagai faktor, gejala, dan masalah geografi. Konsep geografi juga senantiasa berhubungan dengan ruang, baik secara fisik maupun sosial atau hubungan diantara keduanya dan gejala-gejala yang mengandung makna geografi.

1) Konsep Lokasi (*Location*)

Lokasi adalah konsep geografi yang penting, karena konsep lokasi dapat menunjukkan posisi suatu tempat, benda, atau gejala di permukaan bumi. Ada dua macam lokasi yaitu absolut dan relatif. Lokasi atau ruang memiliki perspektif relatif dan absolut. Perbedaan untuk analisa ruang dalam geografi manusia ditunjukkan tabel di bawah ini.

Tabel 3. Perbedaan Analisa Ruang Dalam Geografi Manusia

Ruang Absolut/ Ruang Matematika	Ruang Relatif/ Ruang Sosio Ekonomi	Ruang Relatif Ruang Budaya	Ruang Kognitif Ruang Perilaku
Titik	Site	Tempat	Batas Lahan
Garis	Situasi	Jalan	Jalan Kecil
Area	Rute	Teritorial	Distrik
Datar	Wilayah	Bidang	Lingkup
Konfigurasi	Sebaran	Dunia	Layout Keruangan

Sumber : Knox, PL dan Marston SA, 2004 (Hastuti, 2009: 36)

Lokasi absolut merupakan posisi sesuatu berdasarkan koordinat garis lintang dan bujur. Melalui lokasi absolut dapat diketahui jarak dan arah suatu tempat ke tempat lain di permukaan bumi, selain itu lokasi absolut dengan bantuan garis lintang mampu menggambarkan kondisi iklim di suatu daerah. Garis bujur mempengaruhi perbedaan waktu, berarti dengan mengetahui posisi suatu tempat menurut garis bujur akan tahu kapan suatu aktivitas maksimal dilaksanakan, dan kapan secara efektif hubungan antar dua tempat terjalin. Lokasi relatif merupakan posisi sesuatu berdasarkan kondisi dan situasi daerah disekitarnya. Kondisi dan situasi di sini dapat berupa kondisi fisik, sosial, ekonomi, budaya, dan keberadaan transportasi dengan daerah sekitarnya. Lokasi relatif dapat mengungkapkan ciri suatu tempat secara lebih luas dan hubungan serta pola geraknya (Maryani, 2006: 16). Analisis lokasi bertujuan untuk mengungkap hukum spasial universal yang dipikirkan

mendasari perilaku manusia dengan tujuan akhir dari konsep ini adalah membangun teori nomotetik yang bertentangan dengan deskripsi regional idiografis.

2) Konsep Diferensiasi Area (*Area Differentiation*)

Areal Differentiation atau Diferensiasi Area dapat diartikan sebagai perbedaan antar area. Perbedaan area dengan region sering digunakan secara timbal balik, tetapi berbeda esensi. Area maupun region sama-sama merupakan bagian permukaan bumi yang luas atau sangat luas (benua) atau mungkin sempit bahkan sangat sempit (dusun). Pengertian area terkait dengan studi geografi tidak memerlukan kriteria yang khusus seperti region untuk membedakan dengan bagian permukaan bumi di sekitarnya. Area dan region mempunyai batas-batas tertentu berupa batas alam maupun batas buatan yang ditentukan sesuai dengan kepentingan. Batas alam dapat dilihat secara langsung di lapangan, batas buatan hanya dapat diamati dalam peta. Wilayah dihampiri dengan pengertian "*areal differentiation*" yaitu interaksi antar wilayah akan berkembang karena pada hakekatnya berbeda antara wilayah satu dengan wilayah lainnya (Hastuti, 2007: 177-178).

Setiap wilayah memiliki karakteristik yang membedakannya dengan wilayah yang lain. Karakteristik ini bisa berupa fisik, sosial budaya, maupun karakteristik sebagai hasil interaksi antara unsur alam dan manusia dalam suatu wilayah. Secara fisik, terdapat perbedaan-perbedaan seperti jenis iklim, jenis tanah, jenis batuan, keadaan

hidrologi, potensi bahan tambang, atau sumberdaya alam yang lain. Adanya perbedaan sumberdaya alam yang dimiliki akan menimbulkan aspek sosial berupa perbedaan aktivitas penduduk dan jenis kebutuhan hidup yang dihasilkan oleh suatu wilayah, sehingga adanya diferensiasi area akan mendorong terjadinya interaksi antar wilayah (Daryono, 2017: 16). Diferensiasi area berdasarkan simpulan diatas merupakan konsep geografi yang membandingkan antara dua wilayah guna menunjukkan adanya perbedaan antara satu wilayah dengan wilayah yang lain karena pada setiap wilayah memiliki karakteristik kekhasan yang berbeda.

3) Konsep Gerak (*Movement*)

Murphy (2014) memperbarui definisi mengenai konsep geografi dengan mengusulkan tiga tema lintas bidang (hubungan spasial, karakterisasi tempat, dan konteks geografis) dengan lima tema geografi (lokasi, tempat, interaksi lingkungan manusia, gerakan, dan wilayah). Tema tersebut telah terangkum di dalam tema yang menjadi konsep geografi yang telah dieksplorasi dan disempurnakan dari waktu ke waktu (Lane et al., 2018: 2). Menurut Shaw dan Hesse (2018: 305), dua elemen geografi kontemporer yang berkaitan dengan konsep gerak atau movement berfokus pada transportasi, aksesibilitas, dan mobilitas.

Tema movement meliputi adanya perpindahan ide atau gagasan atau, barang, dan manusia dalam era global, perpindahan gagasan, barang, dan manusia tanpa mengenal batas ruang dan waktu sehingga

memunculkan persamaan dan perbedaan tentang fenomena muka bumi, dalam rangka aktualisasi manusia memenuhi kebutuhan pangan, papan, sandang, dan informasi (Hastuti, 2007: 180).

Konsep gerak atau *movement* disimpulkan berdasarkan pengertian tersebut adalah sesuatu yang berkaitan dengan pergerakan dengan berfokus pada transportasi dan mobilitas yang ditinjau berdasarkan tema-tema di dalam konsep geografi yang pergerakannya terjadi tanpa mengenal batas ruang dan waktu sehingga memunculkan persamaan dan perbedaan tentang fenomena muka bumi.

4) Konsep Daya Saing Wilayah (*Regional Competitiveness*)

Daya saing regional dapat didefinisikan sebagai keberhasilan di mana daerah dan kota bersaing satu sama lain dalam beberapa cara seperti kemampuan atau keunggulan yang digunakan untuk bersaing pada pasar tertentu dimana yang menjadi indikator daya saing yakni harga yang bersaing, kualitas produk yang lebih baik, dan keunggulan produk daripada produk sejenis lainnya. Guna meningkatkan daya saing, kreativitas dan inovasi. Gagasan seperti itu tampaknya akan mendukung definisi Storper (1997: 20) tentang tempat daya saing sebagai: Kemampuan untuk menarik dan mempertahankan tempat dengan pangsa pasar yang stabil atau meningkat dalam suatu kegiatan sambil mempertahankan atau meningkatkan standar hidup bagi mereka yang berpartisipasi di dalamnya (Kiston et al., 2004: 992).

Departemen Perdagangan dan Industri Inggris (UK-DTI) mendefinisikan daya saing daerah adalah kemampuan suatu daerah dalam menghasilkan pendapatan dan kesempatan kerja yang tinggi dengan tetap terbuka terhadap persaingan domestik maupun internasional. Berdasarkan definisi *Centre for Urban and Regional Studies* (CURDS) bahwa daya saing daerah sebagai kemampuan sektor perusahaan pada suatu daerah untuk menghasilkan pendapatan yang lebih merata bagi masyarakat. Daya saing industri pariwisata di suatu daerah dapat diketahui dengan menggunakan metode *Competitiveness Monitor*. Pada tahun 2001 *World Travel and Tourism Council* (WTTC) memperkenalkan *Competitiveness Monitor* dengan beberapa indikator yang dapat digunakan sebagai ukuran daya saing. Analisis *Competitiveness Monitor* pertama kali diperkenalkan oleh pada tahun 2001 sebagai alat ukur daya saing pariwisata (Qomaruzzaman dan Rachmawati, 2018: 110-111).

Analisis destinasi pariwisata terdiri dari 4A menurut Buhalis (2000: 99), yaitu *Attraction* (alam, buatan manusia, tujuan pembangunannya, warisan, acara khusus), *Accessibility* (sistem transportasi seluruh terdiri dari rute, terminal dan kendaraan), *Amenities* (penginapan, dan katering fasilitas, ritel, jasa wisata lainnya) *Ancillary services* (jasa dan kerja sama yang digunakan oleh pengelola wisata atau wisatawan seperti bank, telekomunikasi, pos, agen koran, rumah sakit, dll).

Daya saing daerah tujuan wisata disimpulkan dari pengertian tersebut merupakan kemampuan suatu daerah untuk meningkatkan pendapatan asli daerah dari sektor wisata dan pengembangan daerah dan membuka kesempatan kerja dibandingkan dengan daerah lainnya yang saling berdekatan.

2. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah bidang yang mengalami keberhasilan nyata dalam pembangunan ekonomi dan teritorial negara-negara, karena diaplikasikan pada tingkat yang lebih tinggi sehingga menghasilkan manfaat dan keuntungan yang signifikan, negara-negara seperti Turki, Perancis, Italia, Spanyol, Swiss, Meksiko, terus berkembang dan meluncurkan inovasi dalam perjalanan dan pengembangannya di industri ini (Stănciulescu, 2015: 283).

Pariwisata menurut WTO (1999) adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan orang-orang di luar daerah mereka dan tidak untuk menetap lebih dari satu tahun dan tujuannya adalah untuk bersenang-senang, urusan bisnis. Pariwisata juga dapat dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mengunjungi tempat tujuan tertentu untuk rekreasi tujuan, mempelajari keunikan daerah wisata, pengembangan diri dalam waktu singkat atau sementara (Pratiwi, 2018: 232).

Menurut Leiper 1995 (Pitana dan Diarta, 2009: 45),

Tourism comprises the ideas and opinions people hold which shape their decisions about going on trips, about where to go (and where not to go) and what to do or not to do, about how to relate to other tourists, locals and service personnel. And it is all the behavioural manifestations of those ideas and opinions.

Pariwisata diartikan dari definisi di atas terdiri dari gagasan dan opini yang dimiliki masyarakat untuk membentuk keputusan mereka dalam berpergian dan melakukan perjalanan, serta kemana mereka harus pergi (dan di mana tidak pergi) dan apa yang harus dilakukan atau tidak yang harus dilakukan, tentang bagaimana berhubungan dengan turis lain, penduduk setempat dan petugas servis. Dan itu semua manifestasi perilaku dari gagasan dan opini tersebut.

Definisi pariwisata menurut para ahli memang tidak persis sama dalam dunia akademis, sebagaimana juga bias ditemui pada berbagai disiplin ilmu lain. Dari definisi yang dikemukakan para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa pariwisata yang sesungguhnya adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi.

b. Pengertian Wisatawan

Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata, wisatawan (*tourist*) merujuk kepada orang. Secara umum wisatawan menjadi subset atau bagian dari *traveller* atau *visitor*". Seorang *visitor* adalah seorang *traveller*, akan tetapi tidak semua *traveller* adalah *tourist*. *Traveller* memiliki konsep yang lebih luas, yang dapat mengacu kepada orang yang mempunyai beragam peran dalam masyarakat yang melakukan kegiatan rutin ke tempat kerja, sekolah, dan sebagainya sebagai aktivitas sehari-hari. Orang-orang dalam kategori ini sama sekali tidak dapat dikatakan sebagai *tourist* (Pitana dan Diarta, 2009: 35).

Konsep heuristik mengenai wisatawan dalam konteks perilaku yang secara luas diterima mengandung empat atribut yang esensial. Pertama, wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan jauh dari tempat tinggalnya untuk mengunjungi tempat lain dari negaranya, atau beberapa negara lain. Kedua, setiap perjalanan wisata memiliki durasi atau jangka waktu minimum tetapi bersifat sementara, tidak untuk tujuan menetap di tempat baru yang dituju. Jangka waktu minimum semalam cukup untuk membedakannya dengan penglaju (*commuter*), yang bepergian dari rumah kurang dari 24 jam. Ketiga, perilaku wisata muncul dalam waktu luang (*leisure time*). Wisatawan merupakan seseorang yang disaat senggang berada jauh dari tempat tinggal tetapnya. Keempat, perbedaan mendasar dan esensial dari perilaku wisatawan dikenal sebagai *touristic leisure*, melibatkan hubungan emosional antara wisatawan dengan beberapa

karakteristik tempat yang dikunjungi. Dari keempat komponen tersebut diatas, sebuah konsep definitif tentang perilaku wisatawan dapat dikonstruksi sebagai berikut:

A tourist can be defined, in behavior terms, as a person travel away from their normal residential region for a temporary period staying away at least one night but not permanently, to the extent that the behavior involves a search for leisure experiences from interaction with features or environmental characteristics of the place(s) they choose to visit (Leiper 1990: 10).

Definisi di atas menjelaskan bahwa seseorang dapat disebut sebagai wisatawan (dari sisi perilakunya) apabila memenuhi beberapa kriteria yaitu melakukan perjalanan jauh dari tempat tinggal normalnya sehari-hari, perjalanan tersebut dilakukan paling sedikit semalam tetapi tidak secara permanen, dilakukan pada saat tidak bekerja atau mengerjakan tugas rutin lain tetapi dalam rangka mencari pengalaman mengesankan dari interaksinya dengan beberapa karakteristik tempat yang dipilih untuk dikunjungi.

c. Sarana Wisata

Yoeti dalam Astuti dan Noor (2016: 28-29) mengemukakan definisi sarana adalah perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung dan hidup serta kehidupannya banyak tergantung pada kedatangan wisatawan. Sarana kepariwisataan dapat berupa sarana pokok, sarana pelengkap, dan sarana penunjang.

Pertama, sarana pokok adalah perusahaan yang kehidupannya sangat tergantung kepada arus kedatangan wisatawan. Termasuk di dalamnya

agen perjalanan, transportasi, akomodasi, dan restoran. Kedua, sarana pelengkap ialah perusahaan atau tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan, tetapi juga untuk membuat wisatawan singgah lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata. Ketiga, sarana penunjang adalah perusahaan yang menunjang sarana pelengkap dan sarana pokok serta berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata, tetapi fungsi lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjungi.

Prasarana dalam adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan dengan baik kepada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beranekaragam. Prasarana wisata dapat berupa prasarana umum yang meliputi jalan, air benih, terminal, lapangan udara, komunikasi dan listrik. Selain itu prasarana yang menyangkut ketertiban dan keamanan agar kebutuhan terpenuhi dengan baik seperti apotik, kantor pos, bank, rumah sakit, polisi, dan lain-lain.

Sarana dan prasarana yang telah diuraikan oleh Kreck (dalam Yoeti 1996: 197) memiliki standar kelayakan untuk menjadi daerah wisata sebagai berikut:

Tabel 4. Standar Kelayakan Menjadi Daerah Tujuan Wisata

No	Kriteria	Standar Minimal
1	Objek	Terdapat salah satu dari unsur alam, sosial, atau budaya
2	Akses	Adanya jalan, adanya kemudahan rute, tempat parkir, dan harga parkir yang terjangkau
3	Akomodasi	Adanya pelayanan penginapan (hotel, wisma, losmen, dan lain-lain)
4	Fasilitas	Agen perbelanjaan, pusat informasi, salon, fasilitas kesehatan, pemadam kebakaran, hydrant, TIC (Tourism Information Center), Guiding (pemandu wisata). Plang informasi, petugas yang memeriksa untuk masuk keluarnya wisatawan
5	Transportasi	Adanya transportasi lokal yang nyaman, variatif yang menghubungkan akses masuk
6	Catering service	Adanya pelayanan makanan dan minuman (restoran dan rumah makan, warung nasi dan lain-lain).
7	Aktivitas rekreasi	Terdapat sesuatu yang dilakukan di lokasi wisata, seperti berenang terjung payung, berjemur, berselancar, jalan-jalan dan lain-lain
8	Pembelanjaan	Adanya tempat pembelian barang-barang umum
9	Komunikasi	Adanya televisi, telepon umum, radio, sinyal telepon seluler, penjual voucher (isi ulang pulsa seluler), dan internet akses)
10	Sistem perbankan	Adanya Bank (beberapa jumlah dan jenis bank dan ATM beserta sebarannya).
11	Kesehatan	Poliklinik, poli umum/jaminan ketersediaan pelayanan, yang baik untuk penyakit yang mungkin di derita wisatawan
12	Keamanan	Adanya jaminan keamanan (petugas khusus keamanan, polisi wisata, pengawas pantai, rambu-rambu perhatian, pengarah kepada wisatawan)
13	Kebersihan	Tempat sampah dan rambu-rambu peringatan tentang kebersihan
14	Sarana ibadah	Terdapat salah satu sarana ibadah bagi wisatawan
15	Sarana pendidikan	Terdapat salah satu sarana pendidikan formal
16	Sarana olahraga	Terdapat alat dan perlengkapan untuk berolahraga

Sumber: *Kreck* dalam Yoeti, 1996

Berdasarkan Tabel 2. diatas maka dapat disimpulkan bahwa amenitas merupakan fasilitas yang terkait langsung maupun tidak langsung dengan sektor pariwisata yang bertujuan untuk membantu dan

memudahkan wisatawan dalam melakukan kegiatan wisatanya pada saat sebelum kedatangan, kedatangan, saat tinggal, serta saat kembali ke tempat asal wisatawan berasal.

3. Pengertian Budaya

Robison & Picard mendefinisikan bahwa budaya sebagai konsep yang cair dan bermasalah untuk diatasi berarti kedua 'cara hidup' (keyakinan, nilai, praktik sosial, ritual dan tradisi, dll.) dan nyata (bangunan, monumen, benda dll) dan tidak berwujud (bahasa, pertunjukan dan festival, pengerjaan dll.) ekspresi dan manifestasi dari nilai dan keyakinan masyarakat. Dalam sebuah turistik akal, budaya mengacu pada 'orang' dan karakteristik sosial, tradisi, dan hari biasa mereka pola perilaku hari yang menandai mereka sebagai 'berbeda', serta lebih luar biasa representasi dari upaya kreatif dan artistik (Hieu, 2017: 72).

Koentjadingrat (2009: 146) dalam pemikirannya mendefinisikan budaya atau kebudayaan yaitu berasal dari bahasa Sansekerta buddhaya yang merupakan bentuk jamak kata "buddhi" yang memiliki arti budi atau akal. Kata budaya hanya dipakai sebagai suatu singkatan saja dari kebudayaan dengan arti yang sama. Budaya merupakan hasil cipta, rasa, dan karsa.

Definisi kebudayaan menurut Suparlan dalam Yoeti dkk (2016: 121), kebudayaan merupakan keseluruhan pengetahuan manusia yang digunakan untuk memahami dan menginterpretasi lingkungan dan pengalamannya, serta menjadi pedoman tingkah lakunya, sebagai suatu kesatuan ide yang ada dalam pikiran manusia dan diselimuti oleh perasaan-perasaan, emosi-emosi yang dijadikan sumber sistem penilaian terhadap suatu yang baik dan yang buruk, kebudayaan terdiri dari serangkaian konsep-konsep, model-model pengetahuan mengenai berbagai tindakan dan tingkah laku, nilai-nilai dan norma-norma yang berisikan larangan-larangan untuk melakukan tindakan ketika menghadapi sesuatu lingkungan sosial, kebudayaan, dan alam.

Kebudayaan ditinjau dari segi wujud memiliki tiga aspek utama, yaitu: ide (gagasan), wujud (bentuk), dan perilaku. Setiap karya seni budaya pasti memiliki unsur-unsur tersebut. Ditinjau dari segi isi, kebudayaan memiliki 7 (tujuh) unsur pokok; unsur bahasa, organisasi sosial, sistem perekonomian, sistem teknologi, sistem kepercayaan, sistem pengetahuan, dan sistem kesenian.

4. Pariwisata Budaya

Pariwisata memiliki tiga hasil penting yang telah dikaji, diantaranya ekonomi, sosial-budaya dan lingkungan. Terlihat itu studi yang dilakukan sejauh ini umumnya juga berfokus pada dampak ekonomi, sosial budaya dan lingkungan pariwisata (Yeniasir, 2018: 1). Dalam beberapa tahun terakhir, pariwisata budaya merupakan hal yang sangat penting di era globalisasi seperti saat ini. Hari ini, orang-orang memahami arti penting dari wisata budaya, selain untuk memberi perhatian terhadap perjalanan budaya, rasa ingin tahu yang tinggi terhadap hasil peninggalan budaya yang mereka dan yang bukan milik mereka sendiri. Belajar tentang warisan budaya bangsa atau bangsa orang lain adalah alasan utama untuk mengunjungi tujuan tempat wisata budaya, tetapi bagi seseorang awam jenis wisata ini hanya sebatas mencari pengalaman yang berorientasi pada hiburan saja (Martin, 2015: 4).

Pariwisata budaya sebagai salah satu cabang industri pariwisata yang paling penting, baru-baru ini menjadi lebih populer sebagai hasil dari peningkatan kesadaran akan aset budaya. Salah satu tindakan yang diambil untuk meningkatkan popularitas pariwisata, yang memiliki kontribusi tak terbantahkan terhadap pembangunan sosial, budaya dan ekonomi, adalah

untuk memfasilitasi ke tempat-tempat yang ditargetkan (Durak, 2016: 1). Pariwisata budaya pada dasarnya adalah suatu bentuk pembangunan ekonomi berdasarkan sumber daya budaya. Ini juga merupakan bentuk pengembangan yang terlepas dari peran wisatawan dalam realitas ekonomi dengan memperoleh pengetahuan dan pemahaman tentang masa lalu. Sebagai pengalaman yang mengklarifikasi dan bermanfaat, pariwisata dapat menjadi alat pengayaan budaya, intelektual, emosional, dan spiritual yang permanen. Arus dan pertukaran antara orang-orang membedakan pariwisata dari bentuk-bentuk perdagangan mekanistik lainnya dan pembangunan ekonomi di seluruh dunia (Stănciulescu, 2015: 287).

Menurut Organisasi Pariwisata Dunia atau WTO (2008), pariwisata budaya adalah salah satu yang paling cepat mengalami perkembangan di sektor industri pariwisata, terutama untuk beberapa dekade terakhir. Konsep budaya pariwisata telah ada sejak lama dan ditemui perdebatan panjang untuk mendefinisikan dan mengkonseptualisasikannya. Oleh karena itu, ada banyak sekali definisi budaya pariwisata digunakan. Pariwisata budaya bukan berarti hanya sebatas mengunjungi, berpartisipasi, atau menikmati waktu ke museum dan galeri, acara dan festival seni, atraksi dan situs warisan, dan pengalaman budaya lainnya. Esensi pariwisata budaya lebih dari itu adalah mengenai cara untuk generasi muda di era globalisasi menghadapi sejarah dan warisan tempat destinasi, cerita-ceritanya, orang-orangnya, lanskap dan pemandangan kota terhadap perubahan budaya yang telah terkontaminasi

oleh zaman. Pengertian lain yaitu tentang cara menemukan apa yang membuat suatu tujuan berbeda, otentik, dan mudah diingat.

Pariwisata budaya menjadi salah satu bentuk penting dalam pariwisata baik untuk wisatawan lokal maupun turis atau orang yang tertarik dengan hal tersebut, karena keberadaanya mewakili dan mencakup banyak wilayah geografis. Jejak material hasil kebudayaan tersebut merupakan salah satu aspek yang mendukung pengembangan pariwisata budaya dan memungkinkan penentuan periode yang intens dan perkembangan ekonomi penduduk di wilayah geografis yang dianalisis (Teodorescu, 2014: 95). Pariwisata budaya adalah penerimaan spiritual atas keaslian kekayaan budaya mereka melalui perjalanan dan wisata. Hal ini dapat dianggap sebagai sistem yang memberikan peluang untuk berhubungan dengan sejarah, budaya, adat istiadat, kekayaan religius budaya di dalam suatu negara (Ismagilova, 2015: 157).

Richards mendefinisikan wisata budaya sebagai perjalanan seseorang yang jauh dari tempat tinggal mereka untuk menikmati atraksi budaya, dengan maksud untuk mengumpulkan informasi dan pengalaman baru untuk memuaskan kebutuhan budaya mereka (Durovic, 2014: 181).

Definisi wisata budaya menurut Pendit dalam Priyanto (2016: 78) adalah perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni mereka, sedangkan

menurut UNWTO dalam 22nd Session of the General Assembly di China wisata budaya adalah jenis kegiatan pariwisata di mana motivasi penting pengunjung adalah untuk belajar, menemukan, mengalami dan mengkonsumsi budaya yang nyata dan tidak berwujud atraksi atau produk di daerah tujuan wisata (Richard, 2018: 3).

Pariwisata budaya berkembang dengan cepat karena adanya tren baru di kalangan wisatawan yaitu kecenderungan untuk mencari sesuatu yang unik dan autentik dari suatu kebudayaan. Fenomena tersebut sebagai alternatif solusi untuk menjawab trend dunia pariwisata masa kini yang sudah berubah dari wisata konvensional ke wisata minat khusus, pariwisata minat khusus berkecenderungan agar wisatawan lebih menghargai lingkungan, alam, budaya dan atraksi secara spesial dan salah satu pariwisata minat khusus yang sedang berkembang di Indonesia adalah desa wisata berbasis budaya.

5. Pengertian Museum

Museum adalah sebuah laboratorium kolaborasi dalam menghadapi perbedaan, pembentukan pengetahuan, disiplin dan disetiap generasi. Museum selalu berinteraksi dengan dunia di sekitar. Namun, sepertinya skala dan ruang lingkup interaksi telah meningkat pada masa lalu (Drotner, 2017: 148).

Menurut International Council of Meseum (ICOM) definisi museum adalah lembaga yang tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat dan pengembangannya, terbuka untuk masyarakat umum, merawat, meneliti, memberi informasi dan memamerkan untuk tujuan belajar, pendidikan dan

kesenangan (Suffa, 2018: 95). Museum memiliki peran penting dalam dunia pendidikan dengan menjalankan fungsinya sebagai lembaga pendidikan non formal. Museum menjadi alat belajar tanpa mengambil peran seorang guru. Museum adalah lembaga nirlaba permanen yang melayani masyarakat dan terbuka untuk umum (Hartati, 2016: 1).

Museum menawarkan preferensi belajar informal kepada pengunjung dengan berbagai pengalaman belajar melalui partisipasi pengunjung dalam melibatkan pameran yang memfasilitasi pembelajaran pengunjung. Temuan mengungkap bahwa partisipatif pengunjung dalam pameran yang menarik akan membuat mereka memiliki tujuan (mereka merasa terlibat), selanjutnya motivasi hasil yang bermakna untuk 'hasil pembelajaran' pengunjung. Ini manfaat manajemen museum satu set strategi dan alat yang sangat praktis untuk merancang pameran untuk 'pembelajaran seumur hidup' berkelanjutan di museum (Ahmad, 2015: 157).

Peneliti terkenal dalam studi museum yang bernama Adler (2004) merasa setuju dengan Asosiasi Museum Internasional dan banyak sarjana permuseuman, dan ahli museum dalam mendefinisikan museum yang telah mendirikan International Council of Museums (ICOM) pada tahun 1984 dengan keputusan diuraikan bahwa museum adalah pembuatan nirlaba, lembaga permanen dalam pelayanan masyarakat. Definisi museum telah berkembang, sejalan dengan perkembangan di masyarakat. ICOM memperbarui definisi ini sesuai dengan realitas dari komunitas museum global. Selain itu, dengan perkembangannya dan sekaligus terbuka untuk

umum, ICOM menguraikan peran museum lebih lanjut sebagai institusi itu yang mengakuisisi, melestarikan, penelitian, berkomunikasi dan pameran untuk tujuan belajar, pendidikan dan kesenangan, hal tersebut dicetuskan pada Konferensi Umum ke-21 di Wina, Austria, pada tahun 2007 (Ahmad, 2013: 370-371).

Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1995 Pasal 1 No. 1, “Museum adalah lembaga, tempat penyimpanan, perawatan, pengamanan dan pemanfaatan benda-benda bukti materiil hasil budaya manusia serta alam dan lingkungannya guna menunjang upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa”. Menurut Schouten (1992: 3) “Museum adalah suatu bangunan tempat orang-orang memelihara dan memamerkan barang-barang yang mempunyai nilai-nilai historis, misalnya peninggalan sejarah, ilmu, dan peninggalan benda-benda kuno”.

Museum dapat diterangkan dengan beberapa definisi, tetapi pada dasarnya adalah suatu tempat untuk menyimpan dimana benda-benda yang mencerminkan sifat khas dari suatu hal. Museum sesuai dengan fungsinya sebagai penyelamatan warisan budaya, mempunyai peranan yang penting dalam menunjang pembangunan nasional bangsa Indonesia, berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa museum adalah suatu bangunan yang memiliki struktur kepengurusan dalam pengelolaannya yang bertujuan untuk menyimpan, merawat, mengamankan, dan pemanfaatan benda-benda bukti materiil hasil budaya manusia, alam dan lingkungannya yang memiliki

nilai-nilai historis serta dapat dikunjungi oleh masyarakat umum sebagai sarana edukasi dan wisata.

6. Peran Museum Sebagai Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW)

Definisi museum menurut Jollife & Smith dalam Okech (2016: 582-583) bahwa museum telah dianggap sebagai salah satu tempat institusional dalam industri pariwisata. Peran museum dalam hubungannya dengan pariwisata berkembang dengan peningkatan pariwisata dan dengan kebutuhan museum untuk menarik wisatawan baru. Secara historis museum merupakan hasil langsung dari perjalanan, mengumpulkan koleksi suvenir oleh para wisatawan yang kembali ke tempat-tempat yang jauh, sama seperti perjalanan atau proses yang dapat menjadikan pengalaman bagi wisatawan. Museum mengumpulkan dan mengatur koleksi dalam bentuk pameran menjadi pengalaman warisan. Sebuah pokok penting dari kegiatan wisata adalah pengalaman yang dihasilkan dari perjalanan yang dilakukan dengan budaya dan warisan lokal yang disajikan. Pengalaman ini bagi para turis sering dihasilkan dari kunjungan ke museum.

Atraksi merupakan salah satu unsur penting dalam pariwisata disebutkan dalam khazanah kepariwisataan Indonesia dikenal dengan istilah ODTW. ODTW yaitu Objek dan Daya Tarik Wisata berupa ciptaan Tuhan yang berwujud keanekaragaman flora dan fauna, keindahan pemandangan alam, lautan, rimba belantara pegunungan, dan hasil karya manusia, seperti sawah dan kebun (wisata agro), museum dan peninggalan sejarah, kesenian, adat istiadat, taman rekreasi, dan sebagainya (Yoeti, 2006: 16).

Atraksi wisata di Indonesia yang masih dianggap sebagai andalan, paling tidak oleh para pelaku industri pariwisata adalah atraksi yang berkaitan dengan kebudayaan. Atraksi wisata terlihat pada paket-paket yang ditawarkan yang umumnya masih menonjolkan unsur budaya. Museum dalam hal ini dapat digolongkan sebagai objek wisata budaya, walaupun memiliki dan menampilkan koleksi alam, sebagai produk wisata museum harus mampu menarik sebanyak mungkin pengunjung, baik wisatawan lokal, nusantara, maupun mancanegara, sehingga dapat menjadi objek dan atraksi wisata utama, bahkan andalan atau “*icon*” sebuah kota atau wilayah. Tidak tertutup kemungkinan museum bisa menjadi pusat kegiatan masyarakat sekitarnya, bahkan lebih luas lagi masyarakat urban.

B. Kajian Penelitian Yang Relevan

Beberapa penelitian yang relevan dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian Setiawan, B., Wiweka, K. (2018), yang berjudul “*A Study of the Tourism Area Life Cycle in Dieng Kulon Village*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi Desa Wisata Dieng Kulon (Jawa Tengah) sebagai salah satu kawasan pariwisata strategis nasional di Indonesia. Hasil penelitian tersebut menunjukkan desa wisata Dieng Kulon memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai Area Pariwisata Strategis Nasional, dan berdasarkan model Tourist Area Life Cycle (TALC), Desa Wisata Dieng Kulon sedang dalam tahap pengembangan. Ditemukan persamaan dengan Tesis penulis yaitu menganalisis potensi dan pengembangan objek

wisata dengan menggunakan tinjauan aspek aksesibilitas, fasilitas, perlengkapan tambahan, paket dan aktivitas yang tersedia. Sedangkan perbedaannya yaitu peneliti di atas lebih mengedepankan kepada potensi dan pengembangan Desa Wisata dengan berpatokan pada Pariswasata Berbasis Komunitas, sedangkan penulis lebih mengedepankan kepada potensi dan pengembangan Museum Batik dengan berpatokan pada pengembangan pariwisata budaya yang dilakukan oleh Pengunjung, Pengelola, dan Dinas Pariwisata selaku stakeholder.

2. Penelitian Sugiharto, Delita, F., dan Sidauruk, T. (2018), yang berjudul “Tingkat Kesiapan Masyarakat Lokal Terhadap Pengembangan *Community Based Tourism* (CBT) Di Kabupaten Samosir”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesiapan masyarakat lokal terhadap pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (CBT) di Kabupaten Samosir . Hasil penelitian tersebut menunjukkan terdapat perbedaan tingkat kesiapan masyarakat pada aspek perencanaan, pengelolaan dan evaluasi pengembangan wisata berbasis masyarakat di Kabupaten Samosir. Faktor utama yang mempengaruhi tingkat kesiapan masyarakat lokal dalam pengembangan CBT di Kabupaten Samosir yaitu pendidikan dan umur. Ditemukan persamaan penelitian di atas dengan Tesis penulis yaitu terletak pada tujuan pengembangan objek wisata yang saat ini kurang mendapat perhatian dari Stakeholder terkait. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian diatas lebih mengedepankan pada potensi objek wisata

pada wisata alam, sementara penulis mengedepankan potensi objek wisata pada wisata budaya.

3. Penelitian Zulaikha, E., Dewi, S.R., Agustami, W.Z. (2018), yang berjudul “Strategi Pengelolaan Museum Sebagai Daya Tarik Wisata Warisan Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta”. Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan citra museum dan tanggal di setiap museum memiliki hubungan antara harga tiket dengan jumlah pengunjung. Hasil penelitian tersebut menunjukkan paling banyak pengunjungnya adalah Museum Benteng Vredeburg 2014-2016. Padahal, jumlah pengunjung terendah adalah pergerakan wanita. Benteng Vredeburg memiliki jumlah pengunjung terbanyak karena museum ini memiliki koleksi lengkap mengikuti Museum Gunung Merapi yang melakukan promosi dengan baik. Kemudian, dalam analisis korelasi tersebut, diperoleh hasil 0,1 berarti antara harga tiket tidak berpengaruh terhadap jumlah pengunjung. Ditemukan persamaan penelitian di atas dengan Tesis penulis yaitu melakukan objek pengamatan di Museum-Museum yang ada di Yogyakarta dalam hal ini yang dilakukan adalah untuk meningkatkan daya tarik wisata budaya. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian di atas menggunakan analisis korelasi, sementara penulis menggunakan analisis data interaktif.
4. Penelitian Suprina, R., Nathania, A.A. (2018), yang berjudul “*How To Develop Kampung Wisata Batik Pesindon As A Tourist Destination In Pekalongan Through SWOT Analysis*”. Penelitian bertujuan untuk

mengetahui strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan Kampong Wisata Batik Pesindon sebagai objek wisata yang baik di Kota Pekalongan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan beberapa strategi pengembangan dalam kategori sumber daya manusia, produk dan pemasaran. Ditemukan persamaan penelitian di atas dengan Tesis penulis yaitu melakukan pengembangan objek wisata dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian diatas menggunakan analisis swot, sementara penulis menggunakan analisis data interaktif.

5. Penelitian Liu F., Li, G. (2018), yang berjudul “*Research on Tourism Development Model of National Intangible Cultural Heritage (Traditional Skills) in Guizhou Province*”. Penelitian bertujuan untuk model pengembangan pariwisata kebudayaan tidak berwujud nasional warisan (Keterampilan Tradisional) di Provinsi Guizhou. Hasil penelitian tersebut menunjukkan pengembangan pariwisata warisan budaya tak berwujud dapat meningkatkan konotasi budaya tempat wisata sampai batas tertentu, memperluas lingkaran industri tujuan pariwisata itu sendiri, meningkatkan manfaat komprehensif industri pariwisata lokal, dan saling menguntungkan pengembangan pariwisata dan perlindungan warisan budaya berwujud. Umumnya, semakin dalam tempat yang dikunjungi semakin mendalam budaya, semakin unik individualitasnya, semakin banyak pariwisata dan produk pendukungnya dicintai oleh wisatawan. Ditemukan persamaan penelitian di atas dengan Tesis penulis yaitu

melakukan pemanfaatan warisan budaya sebagai pengembangan objek wisata. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian diatas mencakup seluruh warisan budaya baik yang berwujud maupun tidak berwujud, sementara penulis menggunakan hanya mencakup pengembangan Museum Batik.

6. Negara, T.D.W. (2018), yang berjudul *“Introducing Values of Local Cultural Through Batik Motifs as The Identity of Surabaya City”*. Penelitian bertujuan untuk diharapkan akan digunakan sebagai media pendidikan untuk diperkenalkan ke generasi berikutnya untuk mengetahui nilai-nilai lokal dan identitas kota Surabaya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kreasi motif batik tidak dapat dipisahkan dari peran pemerintah daerah yang berusaha menciptakan batik motif menurut identitas daerah. Karakteristik Batik Surabaya telah mewakili identitas daerah berdasarkan konsep tersebut penciptaan dan makna batik itu sendiri, dilihat berdasarkan motif, teknik, warna dan komposisi. Ditemukan persamaan penelitian di atas dengan Tesis penulis yaitu melakukan penelitian dari segi daya tarik wisata dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian diatas lebih memperkenalkan batik yang saat ini digunakan oleh pemerintah daerah sebagai media politik dalam memperkenalkan keunggulan dan sebagai citra dari wilayah melalui tampilan visual dari ikon tertentu yang itu dilambangkan, sementara penulis cenderung mencari tahu kemudian mendeskripsikan perbandingan daripada Museum batik itu sendiri.

7. Kumar, N.T.G. (2017), yang berjudul “*Heritage Tourism Management in Pattadakal - A Study on Disabled Tourist Perspective*”. Penelitian berkaitan dengan manajemen pariwisata budaya dengan masalah-masalah yang dihadapi oleh orang-orang yang ditantang secara fisik di daerah tujuan wisata, dalam hal ini adalah mereka para penyandang disabilitas. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa untuk mencapai tujuan pariwisata yang dapat diakses oleh para disabilitas, pengembang objek wisata harus merekomendasikan kepada pemerintah, dan mereka yang bertanggung jawab atas promosi pariwisata di Pattadakal, selain itu sektor pariwisata harus menyesuaikan dan memanfaatkan bisnis dari para pelancong dengan kebutuhan khusus yang merupakan peluang bahwa semua orang yang berkebutuhan khusus berhak untuk mencoba dan menikmati objek wisata khususnya objek wisata budaya. Pada lokasi pariwisata seharusnya mewajibkan fasilitas yang dapat diakses oleh para penyandang disabilitas di Pattadakal. Ditemukan persamaan penelitian di atas dengan Tesis penulis yaitu melakukan penelitian dari segi daya tarik wisata budaya dengan melibatkan aksesibilitas sebagai salah satu sarana pendukung pengembangannya. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian di atas membahas objek wisata Pattadakal yaitu merupakan bangunan cagar budaya semacam candi, selain itu peneliti di atas menekankan kepada

fasilitas bagi para penyandang disabilitas, sementara penulis membahas objek wisata Museum batik yang terdapat di Jogja dan di Surakarta.

8. Pratiwi, A. (2018), yang berjudul “*Destination Competitiveness Aspect for Cultural Tourism Area in Museum of Fine Arts and Ceramics in Jakarta, Indonesia*”. Penelitian bertujuan untuk mengetahui lebih banyak tentang Museum Seni Rupa dan Keramik di Kota Tua, Jakarta karena museum adalah bagian dari budaya tujuan wisata. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Museum Seni Rupa dan Keramik masih mampu bersaing dengan museum lain yang berada di sekitar museum, dengan menggali potensi wisata budaya tersebut dengan cara bekerja sama dengan pemerintah, lembaga pendidikan, lembaga swasta dan komunitas pecinta seni untuk melestarikan ini museum. Selain itu, museum memiliki acara rutin seperti sosialisasi kepada publik tentang Museum Seni Rupa dan Keramik melalui situs web, sosialisasi ke sekolah, bekerja sama dengan lembaga baik publik maupun swasta, mengadakan pameran lukisan yang biasanya bekerja dengan Sekolah Seni di Jakarta. Ditemukan persamaan penelitian di atas dengan Tesis penulis yaitu penelitian di atas sama sama menjadikan museum sebagai objek wisata yang diteliti untuk mengetahui seberapa efektif museum tersebut sebagai objek wisata budaya dibandingkan dengan museum-museum yang lain yang terdapat dengan lokasi objek tersebut. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian di atas hanya fokus pada satu objek wisata saja yaitu Museum Seni Rupa dan Keramik yang terdapat di Jakarta, sementara penulis menjadikan dua objek

wisata pada Museum Batik yang terdapat di Jogja dan di Surakarta yang kemudian dideskripsikan perbandingannya.

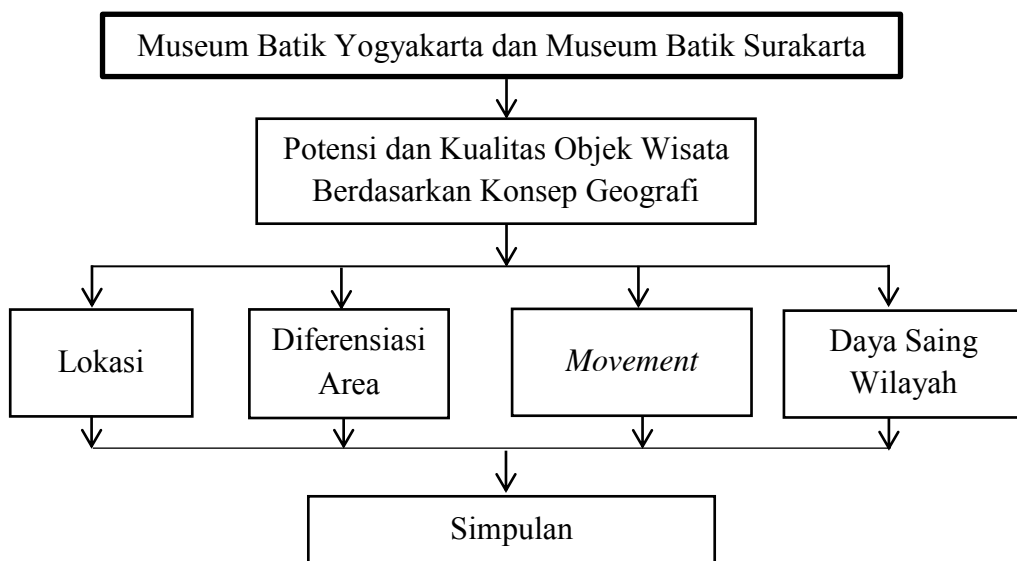
9. Penelitian Niemah, K.F. (2014), yang berjudul “Persepsi Wisatawan Mancanegara Terhadap Fasilitas Dan Pelayanan Di Candi Prambanan”. Penelitian bertujuan menganalisis dan mendeskripsikan persepsi wisatawan mancanegara sebelum berkunjung terhadap kualitas fasilitas dan layanan di Candi Prambanan. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan mengaitkan tiga variabel, yaitu persepsi sebelum berkunjung, ekspektasi dan persepsi terhadap kualitas objek. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi wisatawan sebelum menyatakan bahwa candi Prambanan indah, memiliki arsitektur yang unik, dan memiliki sejarah yang menarik. Motivasi adalah kebutuhan rasa ingin tahu. Harapannya berharap untuk melihat kemegahan kuil, dapat belajar perbedaan arsitektur Hindu dan Buddha, berharap candi yang akan terlihat lebih besar dari yang dibayangkan, dan dapat melihat kompleks candi besar. Sedangkan persepsi setelah kunjungan adalah memiliki yang sangat bernilai sejarah tinggi, memiliki legenda yang menarik, kompleks candi Candi Prambanan memiliki banyak sekali banyak candi yang hilang tetapi tidak mengurangi keindahan, memiliki arsitektur yang sangat unik dan menarik, Kompleks candi Prambanan terorganisasi dengan baik. Candi Prambanan juga aman, nyaman, bersih, dan indah sebagai taman kota. Dengan demikian, perbandingan persepsi dan harapan wisatawan sebelum dan sesudah berkunjung adalah sesuai atau bahkan melebihi harapan.

Persamaan penelitian di atas dengan Tesis penulis yaitu menunjukkan potensi yang menonjol pada kondisi objek wisata masing-masing tempat penelitian yang diikuti dengan kualitas objek wisata dan penelitian yang dilakukan sama-sama pada tempat wisata budaya yang nantinya menjadi perhatian bersama dalam usaha pengembangannya. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian diatas lebih mengedepankan persepsi wisatawan mancanegara terhadap fasilitas dan pelayanan di Candi Prambanan, dan penulis mengedepankan perbandingan Museum Batik Yogyakarta dan Museum Batik Surakarta sebagai daya tarik wisata budaya.

C. Alur Pikir

Potensi wisata budaya sangat banyak bila mampu memanfaatkan bangunan cagar budaya dan museum menjadi alternatif pilihan wisata yang mengedukasi. Museum Batik Yogyakarta dan Museum Batik Surakarta hadir sebagai sarana untuk melestarikan budaya, mengedukasi masyarakat, dan memfasilitasi para pengoleksi serta para pembatik. Kesamaan yang paling mendasar dikedua Museum tersebut yaitu kedua Museum tersebut sama-sama merupakan Museum yang didirikan oleh penggiat batik yang memiliki keinginan untuk mengoleksi berbagai koleksi Batik di Museum yang telah mereka dirikan. Kedua Museum tentunya memiliki perbedaan yang bisa dibandingkan. Peningkatan potensi yang dimiliki oleh Museum Batik masih kurang, peningkatan pariwisata seharusnya tidak hanya dilakukan oleh pengelola Museum, tetapi ada pihak lain yang juga ikut andil dalam pembangunan Museum tersebut.

Peneliti ingin mengetahui perbandingan potensi dan kualitas Museum Batik Yogyakarta dan Museum Batik Surakarta sebagai daya tarik wisata budaya. Penelitian ini menggunakan Konsep Geografi yaitu Konsep Lokasi, Diferensiasi Area, *Movement*, dan Daya Saing Wilayah dalam menganalisis keterkaitan dengan potensi wisata Museum Batik yang kemudian dideskripsikan sehingga menemukan upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan potensi dan kualitas Museum Batik Yogyakarta dan Museum Batik Surakarta sebagai daya tarik wisata budaya. Berdasarkan penjelasan kerangka berpikir singkat, dapat dibuat pula bagan alur pikir sebagai berikut :



Gambar 1. Bagan Alur Pikir

D. Pertanyaan Penelitian

Kerangka berpikir di atas merumuskan pertanyaan penelitian yaitu bagaimana perbandingan potensi daya tarik daerah tujuan wisata yang terdapat di Museum Batik Yogyakarta dan Museum Batik Surakarta dikaitkan dengan konsep geografi yaitu *Location, Movement, Regional Competitiveness*, dan *Areal Differentiation*?